

JUNIO 2022



# El Boletín de ASEFARMA

Asesoría - Consultoría - Compraventa



**FISCAL:** Campaña de Renta 2021 (Pág.4) ... **COMPRAVENTA:** La compra de una farmacia, ¿qué tener en cuenta en las fases previas? (Pág. 6) ... **GESTION:** Claves en el diseño de farmacias estrechas para crear espacios óptimos / Cómo transformar para mejorar la experiencia de compra (Págs.8 y 9) ... **CONSULTORÍA:** Farmacia de servicios (Pág. 10) ... **JURÍDICO:** Reclamaciones en la oficina de farmacia (Pág. 12) ... **LABORAL:** Registro horario en la oficina de farmacia, ¿cómo realizarlo? (Pág. 14) ... **FINANCIERO:** Avivando la estancación (Pág. 16).



Carlos García-Mauriño Sánchez  
Socio fundador de Asefarma

*“En este periodo de tiempo hemos venido cargados de noticias para el sector farmacéutico, destacando principalmente el impulso que le han dado a la nueva Ley de ordenación farmacéutica de la Comunidad de Madrid”*

## Editorial

### Han pasado muchas cosas en estos tres últimos meses...

En estos tres últimos meses hemos tenido muchos acontecimientos relevantes en el sector farmacéutico, destacando el mayor encuentro europeo de la farmacia en España, Infarma, que por fin pudo celebrarse en todo su esplendor. Entre stands, charlas y conferencias, nos pudimos volver a encontrar muchos de nosotros, lo que fue especialmente agradable e instructivo, sobre todo después de la travesía en el desierto que ha supuesto esta epidemia de Covid. Desde estas líneas queremos agradecer a todos los clientes y amigos que se pasaron a vernos por nuestro stand su interés y su ánimo, que siempre nos incentiva para seguir trabajando en provecho de ellos.

Por otro lado, también en este periodo de tiempo hemos venido cargados de noticias para el sector farmacéutico, destacando principalmente el impulso que le han dado a la nueva Ley de ordenación Farmacéutica de la Comunidad de Madrid y la apertura de diversos concursos de aperturas de nuevas farmacias en algunas comunidades autónomas -por ejemplo, Castilla-La Mancha, con 95. Los concursos de farmacias son siempre una interesante oportunidad para todo farmacéutico, especialmente para aquellos que no son propietarios de una botica, pues les da acceso a una licencia de manera directa y primaria. Muchos farmacéuticos desechan la idea de presentarse porque piensan que se las van a adjudicar a gente con muchos más puntos que ellos, pero realmente a veces no es así y merece la pena intentarlo. Desde Asefarma, que ya llevamos muchos años de experiencia en estos temas estamos en disposición de ayudaros a llevar a buen puerto este procedimiento complejo de solicitud de farmacia y, sobre todo, a apoyarla después de la resolución del mismo, si resultáis adjudicatarios, a la hora de buscar local para instalaros, puesta en marcha de la farmacia, etc.

Respecto a la Ley de ordenación farmacéutica de la Comunidad de Madrid, uno de los temas estrella es la posibilidad de llevar los medicamentos a domicilio. Asefarma ya está trabajando desde el departamento de Consultoría para darles directrices claras a nuestras farmacias de cómo pueden y deben enfocar esta nueva modalidad de venta que surge para evitar no solo que se convierta en un mero delivery, sino que además tenga sentido farmacéutico y, a la vez, para que suponga una mejora en la atención de los clientes/pacientes de la farmacia y un incremento de ventas y oportunidades.

Y ya sin más, os dejo con el contenido de este boletín, siempre elaborado desde la premisa de ser práctico y de utilidad para el lector. Recordad que podéis enviar vuestras consultas o comentarios directamente a los autores de los artículos escribiendo al mail que se os da, como una manera estupenda de hacer este boletín realmente interactivo.

Un cordial saludo a todos.



Para cada farmacia la mejor receta.

## ¡Invierte ahora en tecnología alemana! Con los robots CON SIS.



Consis B0 - el robot ocupa sólo 2 m<sup>2</sup> de superficie



Consis E - el robot con cargador automático



**¡Aprovecha la ventaja fiscal!**

Ejemplo de inversión:  
**50.000,00 €**

Ahorro fiscal total  
**23.302,51 €\***

Cuota mensual leasing con intereses:  
**704,09 €\***

Le realizamos su cálculo individual. Contáctenos sin coste y sin compromiso:  
☎ **900 974 918** (Número de teléfono gratuito) o escríbenos a **info.es@willach.com**

\* Supuestos financieros: Leasing a 7 años con interés 5% TAE, coste total de 59.143,50 €, rendimiento bruto de la farmacia antes de impuestos 50.000 €, IRPF medio 28,36% de rendimiento antes de imputar el gasto. El ahorro fiscal supone un 46,61% del importe de la inversión. Cálculo realizado por Asefarma.

## Campaña de Renta 2021



Alejandro Briales, economista y asesor fiscal, Director General de Asefarma, explica cuáles son las claves a tener en cuenta para la campaña de Renta 2021.



Un año más, y no son pocos, voy a dedicar la parte fiscal de este Boletín a tratar de darle una serie de consejos que puedan resultarle útiles para minimizar su tributación o aumentar su devolución, y esperar a que se produzca. Un año más, las novedades para las oficinas de farmacia son insignificantes, pero nos gustaría destacar:

- El tipo de gravamen de la escala general se incrementa al añadirse un tramo con respecto al ejercicio 2020 (beneficios de la farmacia, alquileres, pensiones, etc...), aumentándose en dos puntos a partir de los 300.000€ de base imponible.
- El tipo de gravamen del ahorro se incrementa al añadirse un tramo con respecto al ejercicio 2020 (venta de acciones, fondos de inversión, inmuebles, farmacia...), aumentándose en tres puntos a partir de los 200.000€ de base imponible.

Para conseguir el mejor resultado hay que optar por la calma, consultar a profesionales y atender a los consejos para no fallar al declarar.

Dicho esto, vamos a entrar en materia:

- **¿Qué debería tener en cuenta el titular de la farmacia para optimizar su declaración de la renta?**

Para optimizar correctamente el resultado de la declaración de la renta, el farmacéutico tiene que tener en cuenta lo siguiente:

- Debe amortizar adecuadamente el **fondo de comercio** y el resto del inmovilizado. Dependiendo de cada supuesto, el farmacéutico debe optimizar dichas amortizaciones, ya que suponen un crédito fiscal que tiene que analizar para amortizar la cantidad exacta. No siempre

amortizar al máximo es la forma más eficiente para cumplimentar la declaración.

- Debe analizar la existencia de **bases negativas** de ejercicios anteriores para poder compensarlas y no perderlas.
- Debe tener en cuenta la posibilidad de hacer la **declaración conjunta** con su cónyuge.
- Debe tener en cuenta que no todas las compras que realiza son gasto deducible, sino sólo las compras que transmite, por lo que tiene que tener en cuenta la variación de existencias y declararla en la casilla habilitada para ello.
- Debe tener en cuenta que si ha recibido ingresos por **arrendamientos de espacios publicitarios o estudios** debe declararlos como otra actividad.
- Debe tener en cuenta que si le han concedido una subvención y se la han abonado debe declararla en la casilla correspondiente para ello.
- Si determina su rendimiento por el método de **estimación directa simplificada** recuerde que puede deducir en concepto de provisiones y gastos de difícil justificación el 5% de la diferencia de ingresos menos otros gastos, pero con un límite de 2.000€.
- Recuerde que la **reversión del beneficio** de su oficina de farmacia en elementos nuevos del inmovilizado material o inversiones inmobiliarias afectos a la actividad económica será objeto de deducción de un 5% en la cuota íntegra correspondiente al periodo impositivo en que se efectúe la inversión (la deducción será del 2,5% cuando el contribuyente haya practicado la reducción por inicio del ejercicio de una actividad económica). La inversión debe realizarse en el plazo comprendido entre el inicio del periodo impositivo en que se obtienen los rendimientos objeto de inversión y el periodo impositivo siguiente.
- Si ha **iniciado su actividad económica**, recuerde que puede reducir en un 20% el rendimiento neto positivo declarado en el primer periodo impositivo en que el rendimiento sea positivo y en

el periodo impositivo siguiente. Se considera que se produce el inicio de una actividad económica cuando no se ha ejercido actividad económica alguna en el año anterior a la fecha de inicio de la misma.

- No se debe olvidar de deducir en el rendimiento de la farmacia el pago de las **primas de seguro** de enfermedad satisfechas por el contribuyente en la parte correspondiente a su propia cobertura y a la de su cónyuge e hijos menores de veinticinco años que convivan con él, cuyo límite máximo de deducción es de 500€ por cada una de dichas personas señaladas anteriormente y de 1.500€ por cada una de ellas si tuvieran discapacidad.
- Tenga en cuenta que puede fraccionar el pago de su declaración sin coste alguno (60% en junio y el 40% restante en noviembre).
- No olvide revisar las deducciones autonómicas propias de su Comunidad Autónoma (gastos educativos, idiomas...).

## Otros temas a tener en cuenta

### Gastos de guardería (ampliación deducción por maternidad)

La deducción por maternidad se podrá incrementar hasta en 1.000€ adicionales cuando el contribuyente hubiera satisfecho gastos por la custodia de menores de tres años en guarderías o centros de educación infantil autorizados. Entendiéndose por gastos de custodia las cantidades abonadas a guarderías y centros de educación infantil por la preinscripción y matrícula de dichos menores, la asistencia, en horario general y ampliado, y la alimentación, siempre que se hayan producido por meses completos y no tuvieran la consideración de rendimientos del trabajo en especie exentos.

No obstante, en el periodo impositivo en que el hijo menor cumpla tres años, el incremento podrá resultar de aplicación respecto de los gastos incurridos con posterioridad al cumplimiento de dicha edad hasta el mes anterior a aquel en el que pueda comenzar el segundo ciclo de Educación Infantil.

### Alquileres turísticos

A este tipo de alquileres no les resulta de aplicación la reducción del 60% prevista en el artículo 23.2 de la Ley de IRPF, ya que no tienen por finalidad satisfacer una necesidad permanente de vivienda sino cubrir una necesidad de carácter temporal.

### Transmisión vivienda habitual

Si es mayor de 65 años y ha transmitido su vivienda habitual, generando una ganancia patrimonial,

debe saber que no tiene que tributar por ella, y tampoco tendrá necesidad de reinvertir.

### Declaraciones de hijos

Si tiene un descendiente por el que puede aplicar el mínimo y éste ha obtenido rentas entre 1.800 y 8.000€ y, si presentara declaración, le saldría una cantidad a devolver, eche cuentas a ver qué le conviene más en conjunto: que no presente la declaración el descendiente –y que no obtenga la devolución de las retenciones– para aplicarse usted el mínimo, o que la presente –obteniendo la devolución– y que usted no se lo aplique.

**“Eche cuentas y vea qué le conviene más: que presente su descendiente la declaración o no”**

### Declaración conjunta

Aunque, en principio, solo cuando uno de los cónyuges obtenga rentas muy pequeñas interesa optar por la declaración conjunta, valore también esta posibilidad si alguno de los miembros de la unidad familiar arrastra saldos negativos de ejercicios anteriores, porque podrá aprovechar para compensarlos mejor agregando rentas.

### Plazo declaración

Desde el 6 de abril hasta el día 30 de junio de 2022.

Si se efectúa domiciliación bancaria del pago, el plazo de confirmación finaliza el 27 de junio de 2022.

### Breve reseña sobre el Impuesto del patrimonio

Recuerde que se establece una obligación formal por la cual, aun no teniendo que ingresar cantidad alguna por este Impuesto en el supuesto de que sus bienes y derechos (sin descontar deudas) superen los 2 millones de euros estará obligado a presentarla (incluso teniendo su residencia fiscal en la Comunidad de Madrid y pese a estar bonificado este Impuesto en un 100%).

En caso de que necesite ampliar información o realizarnos alguna consulta al respecto, contacte con nosotros en el 91 448 84 22 o a través del correo electrónico [fiscal@asefarma.com](mailto:fiscal@asefarma.com)

## La compra de una oficina de farmacia, ¿qué tener en cuenta en las fases previas?



Cristina González, Abogada y responsable del área Jurídica del departamento de Compraventa de Asefarma explica las cuestiones que deben tenerse en cuenta a la hora de comprar una oficina de farmacia



La adquisición de una oficina de farmacia es un proceso complejo en el que el acto jurídico de la compraventa ante notario es solo una parte del mismo, aunque fundamental, eso sí. Previamente se ha tenido que realizar una labor intensa de preparación en múltiples aspectos:

El proceso de preventa arranca en el momento en que un farmacéutico acaricia la idea de adquirir una farmacia como forma de dar continuidad a su vida profesional.

Hay muchas farmacias en venta y de tipología diferente, por lo que es imprescindible entender las características de cada una, sus peculiaridades, sus puntos fuertes y débiles, etc.

Desde Asefarma, además de la visita "sobre el terreno", utilizamos algunas **herramientas informáticas** muy útiles para conocer la farmacia, su entorno, su clientela y, sobre todo, sus posibilidades y su potencial: este análisis se materializa en el **estudio de potencialidad de la farmacia**. Esto debe acompañarse de un estudio económico que nos permita conocer los flujos de caja que va a generar la farmacia y la rentabilidad de la misma. Una vez tomada la decisión y firmado el correspondiente contrato de arras, damos comienzo a la segunda fase del proceso de preventa: la búsqueda de financiación.

Desde estas líneas siempre hemos indicado que una buena **financiación** -normalmente bancaria, vía hipoteca mobiliaria e inmobiliaria- es un factor decisivo a la hora de acometer la compra de una farmacia; bien orientada permite acceder a farmacias de mayor importe, con una cuota mensual menor y aportando las garantías imprescindibles -es que, si dejamos vía a libre a los bancos, te acaban pidiendo garantías excesivas que minan la capacidad futura de crecimiento-. Desde la negociación, la entrega de la documentación como a ellos les gusta, los estudios

económicos que se presenten para convencer al de riesgos... contar con un experto en esta área como Asefarma, que se encarga de esos aspectos, es algo fundamental para el buen fin de la operación.

Ya con la financiación aprobada, se podrá iniciar el proceso jurídico de compraventa con la firma de la primera escritura ante notario, la solicitud de las correspondientes autorizaciones y finalmente culminar con la firma de la segunda escritura de ratificación, que conlleva el pago de la misma y la entrega de llaves. Ese proceso, que viene a durar unos tres meses de media, dependerá de la comunidad autónoma -y de la correspondiente dirección de farmacia- es el momento óptimo para afrontar la recta final de ese proceso previo a la entrada de la farmacia.

***“Con la financiación aprobada se podrá iniciar el proceso jurídico de compraventa con la firma de la primera escritura ante notario”***

Después, el farmacéutico deberá tener en cuenta que es importante **formarse adecuadamente** para gerenciar una farmacia. Tanto si el comprador farmacéutico proviene de la industria o ha trabajado solamente como adjunto, incluso si ya ha tenido otra farmacia, pero le viene bien reciclarse, no hay mejor sistema que la Farmaescuela de Asefarma. Durante tres semanas, un tutor experto y de manera individualizada, en una farmacia real y en circunstancias de venta reales, se instruye al farmacéutico en los 4 aspectos fundamentales de gerencia de farmacia: mostrador, almacén, gestión de ventas y gestión de compras.

De hecho, todos los profesionales que compran con nosotros tienen la oportunidad de formarse en gerencia de farmacia pasando por nuestra Farmaescuela, lo que les dará una gran ventaja a la hora de enfrentarse en la gestión de su propia farmacia.

También hay una serie de decisiones y pasos previos que tienen que darse antes de la esa entrega de llaves y puesta en marcha de la farmacia con el nuevo titular al frente: a modo de resumen tendríamos la gestión del personal que vamos a heredar o contratar, el horario que va a tener la farmacia, la reforma o no de la misma y, en caso afirmativo, la concreción de esa reforma, el cambio de imagen -logo, batas, bolsas...- suministros, etc. Son multitud de cosas en las que ir de la mano de Asefarma, que conoce perfectamente el terreno. Es una gran ventaja y un gran ahorro de tiempo y dinero.

### **Formación, negociación, reforma... pueden ser algunos de los pasos a tener en cuenta a la hora de comprar una farmacia**

En resumen, decíamos que la adquisición de una farmacia, más allá del acto en sí de la compra ante notario, requiere de una serie de pasos previos en los que es un gran valor añadido ir de la mano de una empresa especializada como Asefarma.

Por detallar, algunas son:

- Análisis de potencialidad y de conocimiento del entorno
- Análisis financiero y de viabilidad
- Búsqueda de financiación razonable

- Negociación con el vendedor y ajuste de condiciones: personal, local, existencias, ajustes económicos...

Una vez firmadas arras/primera escritura y antes de acudir a la firma definitiva con entrega de llaves:

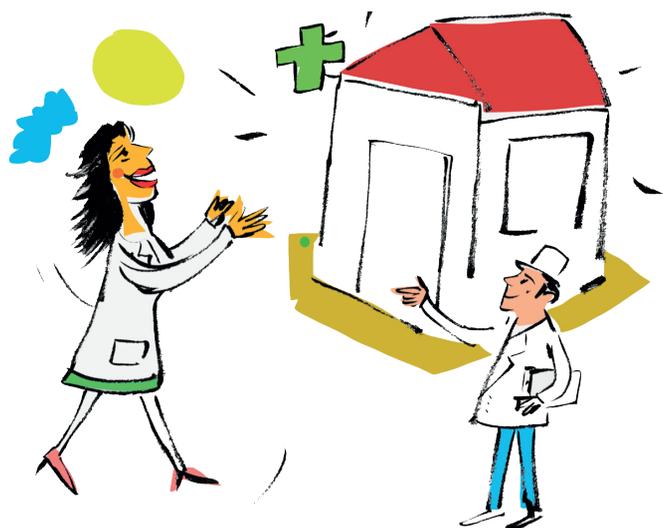
- Formación: Farmaescuela.
- Negociación con la distribución y laboratorios.
- Reforma: robotización o no, modernización, marketing inteligente.
- Visión de la farmacia: página web y venta online, apuesta o no por los medios digitales: (WhatsApp, Glovo, Luda...).
- Horario.
- Organización del personal.
- Batas.
- Logo, bolsas.
- Gestión económica y financiera.

El proceso en sí no termina con la compra. La gestión de una farmacia conlleva muchísimos más pasos y fases que el farmacéutico deberá consolidar a medida que va pasando el tiempo ya en su propia farmacia. Temas que, además, puede encontrar a lo largo de los artículos de este boletín.

En lo que a nosotros nos compete, en caso de que esté pensando en comprar una farmacia, póngase en contacto con nosotros a través del 91 448 84 22 o del correo electrónico [transmisiones@asefarma.com](mailto:transmisiones@asefarma.com)



**ASEFARMA**  
Asesoría - Consultoría - Compraventa



**Adquirir una farmacia es una etapa muy ilusionante para el farmacéutico**

**“Desde Asefarma te acompañamos a lo largo de todo el proceso. Somos líderes en compraventa”**

## Claves en el diseño de farmacias estrechas para crear espacios óptimos

Arianne Alzola Domínguez (Asesora técnica en Concep · by Glintt) Interiorista especializada en retail, siempre en busca de un nuevo proyecto profesional. Me gusta mejorar mis conocimientos y crecer siempre en el terreno personal y profesional. De espíritu inquieto y curioso habituada al trabajo en equipo. Me apasionan los nuevos retos y aquellos que son exigentes con un uno mismo.



*La tipología de nuestro local de farmacia puede parecer un hándicap, sin embargo, con un buen diseño podemos sacar partido y convertir los inconvenientes de los espacios estrechos en oportunidades.*

### **F**armacias largas y estrechas ¿Ventaja o desventaja?

Las farmacias estrechas – no necesariamente pequeñas – suponen un reto proyectual. Por un lado, la exposición de producto cercana al cliente beneficia la venta ya que casi todo el recorrido se convierte en una zona templada o caliente, con todo el producto al alcance de la mano del cliente. Por otro lado, se debe conseguir crear un espacio atractivo y confortable, que no de sensación de recargada o agobiante. Plantear un concepto único y singular será clave en el éxito de tu farmacia.

Hay que evitar espacios aburridos que conviertan el recorrido en una monotonía. Para ello puedes crear zonas diferenciales, con un tratamiento estético y de acabados distinto, donde situar las categorías más relevantes de tu farmacia. Así conseguirás diseñar un espacio más ameno y potenciar el producto o categoría que más te interese.

#### **Trucos para tu farmacia**

Una buena iluminación es la clave de un interiorismo exitoso. La iluminación te ayudará a realzar y potenciar el producto y a la vez que crear un espacio agradable.

Pero también una mano experta puede conseguir que la iluminación sea la esencia que diferencia tu espacio de la competencia. El mobiliario a medida te permite exprimir al máximo las posibilidades de tu local. Aprovechar cada centímetro e integrar pilares y otros elementos constructivos junto al mobiliario te ayudará a aumentar los metros lineales de exposición y las posibilidades de cada categoría. Aunque no dispongas de mucha distancia entre paredes puedes ampliar el espacio visual aprovechando el techo. Si dispones de mucha altura puedes sacar partido de este espacio extra elevando los techos o incluso dejando el forjado visto. Y si no tienes tanta suerte, puedes potenciar las zonas de techo con estructuras decorativas como la planteada en la Farmacia Las Hadas de Madrid, donde se creó un bosque horizontal que representaba el concepto de la farmacia.

En definitiva, a la hora de afrontar el diseño de una farmacia es importante convertir las desventajas en ventajas, confiando en grandes profesionales conseguirás sacar el máximo partido a tu farmacia. ¡Y conseguir que tu negocio sea rentable!

## Cómo transformar tu espacio de venta para mejorar la experiencia de compra

Doriane Delaurens, (farmacéutica y estudiante de Marketing Digital en Concep · by Glintt)

Apasionada del mundo de la farmacia y siempre en constante movimiento, me gusta aprender y mejorar en todo. Creo que el futuro de la farmacia es digital, y que una vez que demos este paso, el sector farmacéutico dará un giro 360° en todos los aspectos. Creo en el metaverso, como también creo que la farmacia, una vez que entre en le tendrá infinitud de caminos y oportunidades nuevas.



***Saber cómo trasladar la estrategia y los valores de marca de un negocio, tanto al espacio físico como al digital, puede llegar a ser una tarea compleja, aunque totalmente indispensable.***

**P**ara conseguir crear una comunidad entre tus pacientes/clientes de una forma más eficaz a continuación te damos algunas claves para optimizar el espacio de venta de tu farmacia. Pero antes, ¿qué podemos entender por el diseño de espacios comerciales o Retail Design? Se puede considerar una disciplina del diseño muy especializada que combina la arquitectura, el diseño de interiores, el marketing y las ventas. A su vez, también incluye la categorización del producto, el merchandising y la publicidad.

### Descubre nuestros trucos

Un punto que destacar de esta disciplina es la conceptualización, ya que permite que la farmacia se dote de una imagen visual única y coherente, con tal de generar una experiencia de usuario que sea diferencial. De esta manera, se potencia un mayor engagement entre los pacientes/clientes y, en consecuencia, incrementamos el sentimiento de comunidad.

En primer lugar, para mejorar la experiencia de compra del paciente/cliente a través de la transformación del espacio de venta hay que analizar de forma exhaustiva la situación actual de la farmacia, para

poder definir adecuadamente las acciones que se deberían llevar a cabo para mejorarla. Además, debemos comprender que la transformación va mucho más allá del espacio y el mobiliario de tu botica. Consiste en construir un espacio que posea una marca propia, que sea capaz de enamorar y de generar sensaciones únicas.

También hay que tener en cuenta la distribución del mobiliario (escaleras, pasillos, recorridos comerciales, zonas frías, zonas calientes...), todos estos conceptos deberán trabajarse correctamente para conseguir que la experiencia del cliente sea óptima. Hay espacios en los que el cliente debe desplazarse para observar y analizar los diferentes productos en venta.

Por otro lado, hay otros espacios comerciales en los que no suele haber demasiado movimiento. En función de la casuística de cada espacio o local, el diseño del espacio comercial seguirá unos criterios u otros.

## La farmacia de servicios

Eva Ruiz, Farmacéutica y responsable del departamento de Consultoría de Asefarma explica en este artículo cómo la concepción de la farmacia ha cambiado y el cliente/paciente demanda más servicios y, en general, que la farmacia ofrezca servicios adicionales.



calidad y es obvio que para ello es imprescindible la coordinación de todos los profesionales sanitarios implicados.

**“La farmacia debe ofrecer algo diferenciador que no se limite únicamente a un despacho de prescripción médica”**

La situación vivida en los últimos meses en los que la farmacia ha resultado ser una unidad independiente e integrada en el sistema de salud ha traído un reconocimiento por parte de población y autoridades que convierte a la botica en uno de los eslabones más importantes de la cadena de salud. Esto lleva a vislumbrar la oportunidad que supone, para el titular junto a su equipo, trabajar para convertir a la farmacia en un establecimiento de cercanía, con carácter asistencial desde el que promover la prevención de la enfermedad y, desde allí, acometer un abordaje de la salud integral y el bienestar.

La farmacia, acostumbrada a poner en el centro al paciente, sabiendo de la alta exigencia de éste, tiene que ofrecer algo diferenciador que no se limite únicamente a un despacho de la prescripción médica o a un servicio básico de adherencia terapéutica tal y como se entiende la de atención farmacéutica hasta hoy en aquellas farmacias que se han atrevido a ofrecerlo de manera más profesional. Hay que buscar nuevas estrategias con las que integrar a la farmacia en lo que es una asistencia sanitaria primaria, en la que exista una cooperación entre el farmacéutico comunitario, y el personal de atención primaria, siendo esta coordinación muy positiva para el paciente, que será uno de los principales beneficiados del éxito de los tratamientos farmacológicos.

El objetivo esencial del sistema sanitario moderno es aportar al paciente una asistencia integral de

Antes de la pandemia el entorno veía al farmacéutico comunitario como un profesional independiente cuya interacción y comunicación con otros profesionales era prácticamente nula. Pero hoy es, sin duda, uno de los protagonistas de este nuevo escenario. La evolución de la farmacia hacia este nuevo concepto de salud viene forzada por la exigencia del paciente de hoy, que busca ser centro de atención y vive preocupado por el mantenimiento de su salud. El farmacéutico gerente, entendiendo que debe estar alerta para cubrir cada necesidad de salud según la demanda del nuevo paciente, se ha encontrado con un cambio de paradigma que le fuerza a buscar una especialización diferente a la que se hacía antaño: no por categoría de producto sino por necesidad terapéutica que es lo que a él le preocupa realmente. Consigue, con ello, posicionar su establecimiento frente a la competencia, al aportar un valor añadido que el resto no ofrece mediante servicios con los que dar soluciones a cada demanda de salud.

Desde el origen de los tiempos las farmacias han ofrecido la toma de tensión y el peso a sus clientes. Pero precisamente porque no se vincula ese acto básico a un consejo activo el consumidor no lo entiende como servicio y desde luego no sirve para reforzar la imagen de farmacia saludable concienciada y preocupada por el bienestar del paciente. Ciertamente hay titulares que viendo la oportunidad que supone la diferenciación frente a la competencia, empezaron en su día a trabajar en su

farmacia la especialización dotándola de servicios con los que **augmentar la fidelización del cliente en concreto hacia su marca.**

La incorporación del servicio de **dietética y nutrición**, así como el **control de parámetros de salud** se viene ofreciendo desde hace unos años desde la propia farmacia o incluso de la mano de algún laboratorio con la idea de mover su surtido. Pero hoy ya esto no es suficiente y hay que dar un paso más. La farmacia que busca darse a conocer y posicionarse frente a la competencia tiene que ir pensando en un desarrollo de **servicios 360°**, con el que sea más visible su intención comunicando de manera más clara el binomio farmacia-salud. Porque, en definitiva, se trata de ayudar al paciente en la resolución de sus problemas de salud y en la prevención de enfermedades más importantes.

Si se establecen servicios enfocados a dar esta imagen, hay que trabajar una **gestión de categorías** donde la clasificación de los productos que pertenezcan a la misma, se haga realmente por necesidades de salud, para que de forma coherente se implanten servicios que faciliten la detección de patologías y la resolución de patologías emergentes al respecto. Por ejemplo, el desarrollo de un espacio de salud cardiovascular traerá consigo este servicio y será una pieza inexcusable en el ejercicio de la prevención de situaciones de riesgo cardiovascular. En él, el equipo de la farmacia tiene que adaptar su oferta de productos para cerrar la atención con un protocolo de recomendación común que se centre en el mejor consejo farmacéutico.

Es sumamente importante una constante formación del equipo para que sepa y se atreva a encaminar y orientar la atención al paciente hacia el producto idóneo y el consejo correcto manejando con profesionalidad el indicio de patologías que generan un mayor riesgo cardiovascular.

**“Si se establecen determinados servicios en la farmacia hay que trabajar una gestión de categorías donde la clasificación de productos se haga por necesidades de salud”**

Plantear este servicio o cualquier servicio más o menos ambicioso requiere una serie de pasos:

- Analizar el potencial de las necesidades de salud más frecuentes de los pacientes y de la población en general valorando qué patologías son más reiteradas.

- Conocer la media de edad del cliente, sus hábitos de consumo, el gasto medio sanitario u otras variables poblacionales, mediante estudios de geomarketing y el análisis de las ventas de los medicamentos de receta médica relativos a cada patología.
- Conocer el entorno de la farmacia y su proximidad a centros sanitarios ayudará a definir mejor las necesidades asistenciales del entorno de la oficina de farmacia.
- Conocer el tiempo y los recursos necesarios para desarrollar la actividad. Como, por ejemplo, saber si el farmacéutico titular o bien alguno de sus colaboradores requieren de una acreditación para desarrollar el servicio.
- Definir y habilitar un espacio físico dedicado de manera exclusiva al desarrollo de los servicios ayudará a destacar la categoría de necesidad a potenciar.
- El córner o espacio de salud debe ser visible y se convierte en un espacio protagonista que ninguna plataforma digital puede reemplazar, pues el asesoramiento del equipo farmacéutico de barrio hará que esa farmacia sea el primer destino de confianza para quien requiere asistencia o un asesoramiento ante los síntomas de una enfermedad.
- Desarrollar unos **protocolos de actuación** y una formación específica obligatoria que estén vinculados a la propia dispensación ayudará a ofrecer los servicios que aporten un mayor aprovechamiento. Los resultados obtenidos convertirán la farmacia en un lugar de proximidad al ciudadano y será poseedor de conocimiento sanitario y farmacológico.

### ¿Qué servicios se pueden ofrecer?

Alguno de los servicios a desarrollar que se pueden ofrecer dentro de ese espacio de salud pueden ser:

- Sistema Personalizado de Dispensación (SPD)
- Deshabitación tabáquica
- Formulación magistral
- Riesgo cardiovascular
- Análisis facial
- Prevención diabetes
- Seguimiento farmacoterapéutico

En caso de que quieran ampliar información al respecto, pueden ponerse en contacto con nosotros a través del mail [consultoria@asefarma.com](mailto:consultoria@asefarma.com)

## Reclamaciones en la oficina de farmacia



Adela Bueno, Abogada y responsable del departamento Jurídico de Asefarma, explica qué se debe tener en cuenta para la gestión de reclamaciones en la oficina de farmacia.



**E**spaña dispone de una red de farmacias, con 22.164 establecimientos (según las últimas cifras a las que hemos tenido acceso) que por su capilaridad es muy accesible a toda la población. En la oficina de farmacia no sólo se dispensan medicamentos, sino que también se pueden adquirir productos sanitarios, de parafarmacia, de óptica, ortopedia y cosméticos, entre otros y nos preguntamos qué ocurre en caso de que el paciente/consumidor ante alguna incidencia relacionada con la venta de estos productos quisiera plantear una queja o reclamación frente a la oficina de farmacia. ¿Están obligadas las oficinas de farmacia a disponer de hojas de reclamaciones?

La obligatoriedad o no de disponer de hojas de reclamaciones va a depender de la regulación que cada Comunidad Autónoma establezca al respecto. En cualquier caso, al tratarse de una profesión cuya colegiación es necesaria para el ejercicio de la misma, el consumidor siempre podrá dirigirse al Colegio Oficial de Farmacéuticos de su provincia para plantear su queja, así como a las Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC) o a la Dirección General de Consumo.

En la Comunidad de Madrid cualquier persona física o jurídica que presta servicios a los consumidores finales debe disponer de hojas de reclamaciones a disposición de los usuarios, con excepción de los profesionales liberales colegiados, entre otros, que disponen de un sistema propio de reclamaciones.

En este sentido, los farmacéuticos, al ser una profesión colegiada cuyo colegio profesional dispone de una comisión deontológica, estarían exentos de la obligatoriedad de tener hojas de reclamaciones, ya que el paciente/consumidor que quisiera interponer una reclamación puede acudir al colegio profesional correspondiente y formular su queja, para lo cual existe un procedimiento habilitado a tal efecto. En idéntico sentido se regula en la normativa en materia de reclamaciones en las comunidades del País Vasco, Murcia y Castilla León, a título de ejemplo.

En los casos en los que no sea preceptivo disponer de hojas de reclamaciones por existir un procedimiento específico de reclamación ante el colegio profesional de farmacéuticos, es recomendable disponer de tales hojas en la farmacia con la finalidad de facilitar al paciente/consumidor el trámite de reclamación y evitar situaciones violentas, con motivo de tener que explicarles la razón por la que no se dispone de hojas de reclamaciones en la farmacia y se les remite el colegio profesional correspondiente. No obstante, es probable que en breve sea

***“En los casos en que no sea preceptivo disponer de hojas de reclamaciones, es recomendable contar con ellas, para facilitar el trámite y evitar soluciones violentas”***

obligatorio disponer en las oficinas de farmacia en la Comunidad de Madrid, de hojas de reclamaciones del sistema unificado de reclamaciones de consumo a disposición de los consumidores y usuarios, según establece el Proyecto de Ley de Ordenación y Atención Farmacéutica recientemente aprobado.

## “Es probable que en breve sea obligatorio en la Comunidad de Madrid”

Las farmacias que dispongan de hojas de reclamaciones, facilitarán al usuario el impreso compuesto por tres hojas en papel autocopiativo, debiendo cumplimentarse en el propio establecimiento y quedando un ejemplar para la farmacia, otro para el reclamante y un tercero para entregar a la Administración. Asimismo, al consumidor le corresponde gestionar la reclamación ante la administración u organismo correspondiente.

Por otro lado, la irrupción de las nuevas tecnologías cada vez está más presente en la agilización de los trámites administrativos porque en muchas ocasiones, un usuario puede rellenar una hoja de reclamaciones de forma online. Por ejemplo, en los supuestos en los que la reclamación se tramita a través del Colegio profesional de Farmacéuticos, éstos suelen tener implementado un servicio de reclamación, online, como es el caso del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid.

## Reclamaciones más frecuentes en la farmacia

Podemos destacar como algunas de las principales reclamaciones de los usuarios en la oficina de farmacia las siguientes:

- La negativa por parte de la farmacia a dispensar determinados medicamentos o productos sanitarios que precisan de receta, cuando son solicitados sin la preceptiva receta.
- La negativa de la oficina de farmacia a aceptar

la devolución de los medicamentos una vez dispensados y sacados del establecimiento de farmacia.

- Errores de dispensación.
- Diferencias de precio.
- Incorrecta atención al paciente/usuario.

Etiqueta de Registro

Consejería de Sanidad  
Sistema Sanitario Público  
Comunidad de Madrid

**SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMACIONES**

SUGERENCIA  QUEJA O RECLAMACIÓN

**DATOS del RECLAMANTE** (a rellenar con letra clara)

\*Apellidos \_\_\_\_\_ \*Nombre \_\_\_\_\_  
 \*DNI \_\_\_\_\_ \*Domicilio \_\_\_\_\_  
 \*CP \_\_\_\_\_ \*Localidad \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_ \*Teléfono/s \_\_\_\_\_  
 e-mail \_\_\_\_\_

**DATOS del PACIENTE**

\*Apellidos \_\_\_\_\_ \*Nombre \_\_\_\_\_  
 CIP \_\_\_\_\_ Fecha Nacimiento \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Sexo: V  M  \*DNI \_\_\_\_\_  
 \*Centro \_\_\_\_\_ Servicio/Unidad \_\_\_\_\_

Lugar y fecha del suceso: \_\_\_\_\_

Resumen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ (FIRMA)

CAMPOS OBLIGATORIOS  
 CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN PERSONAL DE LA TARJETA INDIVIDUAL SANITARIA, FORMADO POR 4 LETRAS Y 12 NÚMEROS, UBICADO EN LA PARTE SUPERIOR DERECHA DE LA MISMA.

**EJEMPLAR PARA LA ADMINISTRACIÓN**

Limpiar Campos Imprimir

Los datos personales recogidos, serán tratados con su consentimiento informado en los términos del artículo 9 de la Ley Orgánica 15/1999, y de conformidad a los principios dispuestos en la misma y en la Ley 6/2001, de la Comunidad de Madrid, pudiendo ejercer el derecho de acceso, modificación, cancelación y oposición ante el responsable del fichero. Para cualquier cuestión relacionada con esta materia, o si tiene usted alguna sugerencia que permita mejorar este impreso puede dirigirse al Teléfono de Atención al Ciudadano 012.

Modelo de hoja de reclamación de la Comunidad de Madrid

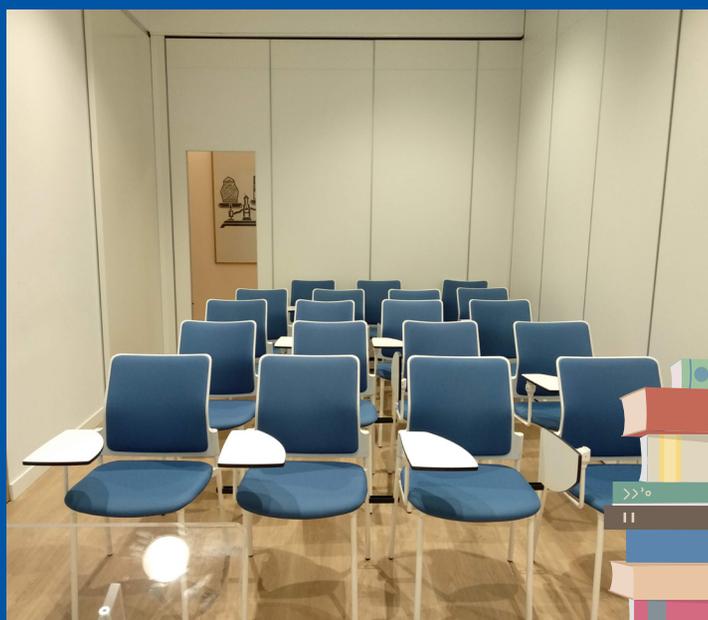
En caso de que quieran ampliar información al respecto, pueden ponerse en contacto con nosotros a través del mail [juridico@asefarma.com](mailto:juridico@asefarma.com)

## Escuela de Gerencia

del 17 al 28 de octubre de 2022

36 horas lectivas  
 Contenidos prácticos  
 Formación acreditada por la Comisión de Formación Continuada Profesionales Sanitarias de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid

Información e inscripciones en  
 Tlf.: 91 448 84 22  
 o a través del correo  
[formacion@asefarma.com](mailto:formacion@asefarma.com)



## El registro horario en la oficina de farmacia, ¿cómo realizarlo?



Eva M<sup>a</sup> Illera, Abogada y especializada en Laboral, responsable del departamento Laboral de Asefarma, detalla de qué manera se debe efectuar el registro horario en la oficina de farmacia.



**E**n el presente artículo nuestro departamento Laboral viene a recordar la obligatoriedad de realizar en el seno de la oficina de farmacia, un registro horario y la importancia de que el mismo, observe los requisitos que legalmente se determinan.

A tal fin, en las siguientes líneas, venimos a reseñar los aspectos más relevantes de esta obligación normativa, poniéndolo en relación con lo establecido para las farmacias a través del convenio colectivo de aplicación.

1.- La obligación legal se encuentra regulada en el art. 34 del ET, en cuya virtud, exige que todas las empresas registren día a día la jornada realizada por sus empleados, haciendo constar hora de entrada y hora de salida.

2.- Esta información ha de **conservarse durante 4 años**, siendo una infracción laboral grave la inobservancia de la norma, sancionable con una multa de hasta 6.250 euros.

3.- Existe libertad de la farmacia en la elección del método de fichaje (huella digital, hoja de Excel, Asefarma Timer...) siempre y cuando el sistema elegido garantice la fiabilidad y la invariabilidad de los datos, ya que no existe hasta el momento en el sector farmacéutico regulación convencional específica sobre la forma de realizar el registro.

A este respecto, cabe recordar que, el calendario laboral (que debe estar confeccionado según el artículo 22 del Convenio de farmacia en el primer trimestre del año), no se considera sistema de registro de jornada.

4.- En farmacia, además de las horas pactadas contractualmente con el empleado, ha de tenerse en cuenta que el convenio colectivo, establece un **tope máximo anual de 1.783 horas de trabajo efectivo** (la tendencia de los futuros convenios será el incremento de estas horas semanales). Es importante que al final del año no se sobrepase este número de horas de trabajo efectivo, en caso contrario, tendrán la consideración de horas extras y deben compensarse bien económicamente como tales o con periodos de descanso.

En relación a estas horas anuales conviene destacar que, en el caso de las farmacias de 24 horas, las horas máximas de los trabajadores contratadas exclusivamente para realizar trabajos en horas nocturnas, **no puede superar las 1.702 horas al año**.

5.- El número de **horas ordinarias de trabajo efectivo** no podrá ser superior a nueve diarias, salvo que por convenio colectivo o, en su defecto, acuerdo entre la empresa y los representantes de los trabajadores, se establezca otra distribución del tiempo de trabajo diario, respetando en todo caso el descanso entre jornadas.

**“El número de horas ordinarias de trabajo efectivo no podrá ser superior a nueve diarias”**

En la farmacia puede suscribirse un acuerdo entre la empresa y los trabajadores de la **distribución irregular de la jornada** a lo largo del año. En defecto de pacto, la empresa podrá distribuir de manera irregular a lo largo del año el 10% de la jornada de trabajo.

Dicha distribución deberá respetar en todo caso los periodos mínimos de descanso diario y semanal previstos en la Ley y el trabajador deberá conocer con un preaviso mínimo de cinco días el día y la hora de la prestación de trabajo resultante de aquella.

La **compensación de las diferencias**, por exceso o por defecto, entre la jornada realizada y la duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo legal o pactada será exigible según lo acordado en convenio colectivo o, a falta de previsión al respecto, por acuerdo entre la empresa y los representantes de los trabajadores. En defecto de pacto, las diferencias derivadas de la distribución irregular de la jornada deberán quedar compensadas en el plazo de doce meses desde que se produzcan.

6.- En aquellos casos en que se realicen horas extras, éstas deben reflejarse de forma individualizada por trabajador y ser compensadas o bien por periodos de descanso (dentro de los cuatro meses siguientes a su realización y no podrán superar 80 horas al año), o en su caso a través de retribución económica. En este sentido, el convenio de farmacia actualmente vigente regula lo siguiente en el artículo 24 en relación a las horas extras:

- Son **horas extras diurnas laborables**, las comprendidas entre las 6:00 y las 22:00 horas en jornadas laborables de lunes a sábado.
- Son **horas extras nocturnas laborables**, las comprendidas entre las 22:00 y las 6:00 horas en jornadas laborables de lunes a sábado.
- Son **horas extras diurnas festivas**, las comprendidas entre las 6:00 y las 22:00 horas en domingos y festivos.
- Son **horas extras nocturnas festivas**, las comprendidas entre las 22:00 y las 6:00 horas en domingos y festivos.

Cuando las horas extras realizadas se compensen económicamente, habrá que cotejar las tablas salariales del convenio, y para el caso de proceder a la compensación en periodos de descanso, la equivalencia será la siguiente:

- Compensación de una hora extra diurna laborable: 1 hora y 45 minutos.
- Compensación de una hora extra diurna festiva: 2 horas.
- Compensación de una hora extra nocturna laborable: 2 horas.

- Compensación de una hora extra nocturna festiva: 2 horas y 30 minutos.

7.- Es preciso destacar que en la farmacia existe la obligatoriedad de realizar guardias y, tal y como estipula el artículo 24 del convenio de farmacia, donde se regula este servicio, el trabajo prestado en servicio de guardia de 24 horas, se entiende sin perjuicio de los descansos entre jornadas y semanas que estipula el articulado del Estatuto de los Trabajadores, de forma que una vez finalizada la guardia, deberá el trabajador disfrutar del descanso legalmente establecido (entre final de jornada y el comienzo de la siguiente debe mediar al menos 12 horas).

En cualquier caso, si necesitara ampliar información sobre este tema, puede ponerse en contacto con nosotros a través del 91 448 84 22 o del correo electrónico [laboral@asefarma.com](mailto:laboral@asefarma.com)

## TARJETA DE FIDELIDAD ASEFARMA



**Acuerdos de primer orden con proveedores del sector farmacéutico:**

- Formación
- Vestuario laboral
- Material corporativo y Marketing
- Laboratorios
- Tecnología
- Señalización, placas y rótulos
- Arquitectura comercial y mobiliario
- Reformas
- Uso preferente de nuestras salas del Espacio Asefarma

**Contacte con nosotros en el 91 448 84 22**

[www.asefarma.com](http://www.asefarma.com)

## Avivando la estanflación

José Manuel Retamal, responsable del área de Gestión Patrimonial, asesor de Patrimonios en Asefarma y miembro de la European Financial Planning Association España, hace un análisis de lo que es la estanflación y aporta algunos consejos para inversores.



**D**esde este rincón alertábamos en el pasado boletín del empobrecimiento generalizado que conllevaba una inflación galopante e incontrolada, fundamentalmente, para las clases menos pudientes. Primera consecuencia, la caída del consumo general en España en un 2,3% interanual y en un 3,7% si nos centramos en el de las familias españolas.

Fuerte varapalo teniendo en cuenta que es el principal motor económico y que echó el freno considerablemente en el primer trimestre del año, aparentemente, sin ninguna explicación y saliéndose del guion marcado en referencia con el resto de las grandes economías europeas de nuestro entorno. Ello nos muestra la debilidad económica de la sociedad española, la falta de ahorro y el daño que está provocando el incremento de precios, respecto de los cuales, a pie de calle, se habla de hasta un 30% en parte de la cesta de la compra, aunque oficialmente promediamos un 7,4% en abril.

Y es que claro, una subida del 7,4% de los precios (aceptamos barco como animal acuático), un mínimo incremento de los tipos de interés, aunque hubiera bastado con una simple amenaza, una mayor carga impositiva -y subiendo- y una incertidumbre sobre los precios de la energía a futuro, hacen un cocktail muy potente como para que uno se lo piense antes de salir a comprarse una camisa nueva.

Aunque desde el gobierno de España y de Europa se indica que la espiral de incremento de precios se relajará para el segundo semestre del año, el frenazo en el consumo es la primera diapositiva de la presentación de la estanflación, que no es otra cosa que la fusión de estancamiento económico

y desempleo e incremento de precios al mismo tiempo. Hay motivos para el optimismo, puesto que el desempleo cae y que gran parte de la inflación en Europa viene motivada por los cuellos de botella generados en la oferta tras la pandemia y la crisis energética motivada por la guerra en Ucrania. Es decir, no viene dada por el excesivo aumento de la demanda interna presionando al alza los precios. Veremos cómo salimos de esto pero ese frenazo del consumo, más si cabe, después de una pandemia cuyo desenlace invitaba a consumir, nos hace pensar que la economía española está cogida con pinzas y que al mínimo revés somos los primeros en sufrir dentro de los países de nuestro entorno y con los que insistimos en compararnos.

***“Diversificación, mirada a largo plazo y todo ello bien ajustado al perfil que se tiene como inversor, harán que el golpe sea menor en espera de tiempos mejores”***

Seremos prudentes y a la vez optimistas y esperemos que la sangre no llegue al río y que simplemente se quede en una revisión a la baja del crecimiento, ya sea por el fin de la maldita guerra en Europa o por la normalización de la producción o por ambas al mismo tiempo. Ya se verá.

Ahora, ¿qué hacemos con las inversiones? Pues, aunque nos repitamos más que el ajo y nuestros consejos tengan más o menos aciertos, (si buscan adivinos esta no es la puerta a la que llamar), diversificación, mirada a largo plazo y todo ello bien ajustado al perfil que se tiene como inversor, harán que el golpe sea menor en espera de tiempos

mejores. Control del riesgo, aumento de posiciones defensivas y apostar por sectores de valor y por empresas fuertes, junto con refugios tradicionales como el oro o el dólar, pueden dulcificar la travesía, al igual que mantener cierta liquidez en espera de tiempos mejores.

En caso de que le surja alguna duda a este respecto puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono 91 448 84 22 o del correo electrónico [financiero@asefarma.com](mailto:financiero@asefarma.com)



## NOTIFARMA



## Nace la Fundación Asefarma



Asefarma lleva más de una década colaborando de manera altruista con varias organizaciones humanitarias en pro del desarrollo de zonas desfavorecidas y ayudando a pequeños y jóvenes a tener un futuro mejor allá donde residen. A lo largo de estos años, Asefarma ha mantenido una colaboración constante con entidades como la Fundación Vicente Ferrer, la asociación Talitha Kun, GAM ASBL... Además de haber prestado su ayuda para la donación de productos sanitarios en centros sanitarios de regiones aisladas de Kenia y El Chad.

Fruto de ese bagaje y conscientes de la importancia que tiene la Responsabilidad Social Corporativa en estos tiempos, Asefarma ha propiciado la creación de la Fundación Asefarma

La Fundación Asefarma es una **entidad solidaria sin ánimo de lucro** cuyo objetivo principal consiste en ofrecer su ayuda en zonas desfavorecidas, aportar productos sanitarios y medicamentos a población en riesgo de pobreza y ofrecer apoyo formativo a estudiantes y profesionales sanitarios pero, sobre todo, del Farmacia para que puedan tener un futuro más claro. Así como volcarse en aquellas nuevas que poco a poco vayan surgiendo a lo largo de los próximos años.

El objetivo de la Fundación Asefarma es consolidar y aumentar los esfuerzos en distintos tipos de acciones humanitarias y de cooperación partiendo de la ayuda que nos puedan aportar los farmacéuticos comunitarios de España y entidades relacionadas con el sector farmacia.

La actividad de la Fundación se desarrollará en torno a áreas como:

- **La Formación Sanitaria:** Colaborando con determinadas universidades españolas para el apoyo formativo de estudiantes de Farmacia. El objetivo es que los futuros farmacéuticos se interesen en la gestión de la oficina de farmacia.
- **Ayuda humanitaria:** La labor de la Fundación Asefarma se centrará principalmente en la recaudación de fondos para la donación de medicamentos y productos sanitarios en diferentes centros hospitalarios de Kenia y Chad, así como en la colaboración para la construcción y mejora de infraestructuras en zonas desfavorecidas del continente africano. Asimismo, fomentará el apadrinamiento de estudiantes de las ramas sanitarias y la protección de aquellas mujeres que por su género, no pueden continuar desarrollándose profesionalmente por encontrarse ante una situación de exclusión social, ser madres solteras y abandonadas.
- **La colaboración con otras entidades solidarias:** Se potenciará la colaboración con otras ONG's y Fundaciones, tanto del ámbito farmacéutico como el humanitario con las que compartir sinergias.

Poco a poco iremos dando a conocer las diferentes iniciativas en las que trabajamos. Para más información o contacto, se puede escribir a [info@fundacionasefarma.com](mailto:info@fundacionasefarma.com)



## C. VALENCIANA

- Farmacia consolidada en excelente ubicación en la provincia de **Valencia**. Facturación superior a 2.000.000€.
- Interesante farmacia en **Valencia capital**. Facturación superior a los 500.000€.
- Farmacia en población cercana a **Valencia** con recorrido. Facturación 1.100.000€.

## CASTILLA-LA MANCHA

- Farmacia con alta rentabilidad en la provincia de **Toledo**. De 8 horas. Facturación 850.000€. Amplio local. En municipio sin posibilidad de nuevas aperturas.
- Farmacia en la provincia de **Toledo** próxima a Madrid. Facturación 1.000.000€. 70% SOE. Fácil acceso a la financiación.
- Farmacia con facturación superior a 400.000€. Local en propiedad. 80% SOE. Barrio consolidado en **Albacete capital**.

## MURCIA

- Farmacia de 8 horas en **Murcia capital**. Facturación de 600.000€. Local en alquiler.

## CANTABRIA

- Farmacia urbana. Facturación en torno a 1.500.000€. Local en propiedad. Excelente ubicación.

## CATALUÑA

- **Barcelona capital**. Muy rentable. Con ventas 466.000€.
- **Barcelona capital**. En crecimiento y con buen local. Ventas de 366.000€.
- **Barcelona (Garraf)**. Farmacia con recorrido. Ventas de 600.000€
- **Barcelona (Baix Llobregat)**. Zona muy comercial y de alta densidad. Ventas de 1.900.000€.
- **Tarragona Costa Dorada**. ¡Oportunidad! Ventas 520.000€.
- **Lleida alta**. Factor ajustado. Ventas de 800.000€.
- **Girona**. A menos de 30 minutos de la capital. Ventas de 850.000€. Factor 1,23.
- **Girona (Ripollés)**. Gran oportunidad. Ventas de 500.000€. PVP 600.000€.
- **Girona (Empordà)**. Venta por jubilación. Ventas de 410.000€.

## ASTURIAS

- Farmacia urbana. Facturación de 745.000€, con amplio margen de desarrollo.
- Farmacia urbana. Facturación superior a 1.000.000€. Amplio local, gastos ajustados y amplia rentabilidad.

## CANARIAS

- Farmacia en **Gran Canaria** con facturación aproximada de 1.500.000€. Precio de venta: 2.000.000€. Local en propiedad.

## C. DE MADRID

- Farmacia de 12 horas en la zona norte de la **Comunidad de Madrid**. 60% SOE. Situada en un centro comercial de referencia. Facturación elevada, potencial de crecimiento.
- Farmacia en continuo crecimiento en la zona sur de la **Comunidad de Madrid**. Local de esquina, con mucho tránsito. Posibilidad de ampliación. Facturación superior al 1.000.000€.
- Farmacia con posibilidad de crecimiento en uno de los principales municipios del sur de la **Comunidad de Madrid**. Amplio local en propiedad para reformar.
- Farmacia de 8 horas en la zona norte de **Madrid capital**. Con un interesante incremento en la facturación y un alto porcentaje en Seguridad Social. Sin clínicas ni residencias. Facturación 550.000€.
- Venta por jubilación. Farmacia de 8 horas en la zona sur de **Madrid capital**. Con proyección. Facturación de 500.000€ con un alto porcentaje en Seguridad Social.
- Farmacia de 12 horas. Ubicada en un centro comercial muy transitado de la zona norte de **Madrid capital**. Facturación 1.500.000€.
- Farmacia de 12 horas ubicada en zona residencial del norte de la **Comunidad de Madrid**. Amplio local en propiedad. 70% SOE. Facturación 1.400.000€.
- Farmacia de reciente implantación en **Madrid capital**. 8 horas. Local en propiedad. Libre de personal.
- Venta por jubilación en zona muy demandada de **Madrid capital**. Facturación media.
- Farmacia para reformar en zona de interés muy transitada y comercial de **Madrid capital**. Facturación media. Con amplio margen de desarrollo.

## ANDALUCÍA

- Farmacia en **Sevilla capital**, con una facturación de 500.000€. Local en régimen de alquiler con posibilidades de traslado.
- Farmacia cercana a **Jaén** con facturación superior a 2.000.000€. Próxima jubilación. Atractivo factor.
- Farmacia en **Cádiz capital**. Facturación aproximada al 1.500.000€. Local en alquiler o propiedad. Atractiva venta libre y zona de interés.
- Farmacia en **Campo de Gibraltar**. Excelente ubicación con facturación superior a 1.500.000€. Local en propiedad. Venta por jubilación.

## CASTILLA Y LEÓN

- Farmacia urbana en **León**. Facturación media. Farmacia con recorrido.
- Farmacia en la provincia de **Salamanca**. Ideal para inicio profesional. Facturación de 270.000€.
- Farmacia en **Valladolid capital**, barrio. Facturación de 850.000€. Consolidada y con posibilidades de mejora.
- Farmacia en **Burgos** provincia, en núcleo de interés cercano a la capital. Gastos muy reducidos e inversión contenida.
- Farmacia en **Ávila** provincia. Con facturación de 250.000€. Cómoda gestión y alta rentabilidad.
- Farmacia en venta por jubilación. Municipio de la provincia de **Ávila**. 8 horas. Amplio local en propiedad con posibilidad de alquiler. Facturación de 1.800.000€. Mucho recorrido.

Todas nuestras  
farmacias en venta, aquí

